

SAN VALENTINO

In un saggio le origini e l'evoluzione della festa degli innamorati

L'amore tradito dal marketing

PAOLA
FABI

San Valentino - dove si racconta come il marketing e la poesia hanno stravolto l'amore in Occidente (Fazi editore, 16 euro): con questo titolo accattivante Francesco Pacifico dà vita a una guida ragionata e divertente su una festa che ai giorni nostri è diventata il simbolo della società moderna che si è arresa al capitalismo. Festa degli innamorati che fonde il cristianesimo e il paganesimo. Il 14 febbraio l'uomo moderno baratta un sentimento profondo con un bene di consumo. Ma è stato sempre così?

All'inizio del diciannovesimo secolo san Valentino è una festa inglese quasi del tutto ignorata. I giovani estraggono a sorte il nome di una ragazza, le scrivono una poesia e la firmano «Tuo Valentino». Fino a quando «stanchi di secoli di fatica, di rigorosissimi *menage* comunitario-religiosi con un numero sparuto di giorni di festa, stanchi, almeno i quaccheri, di contare i giorni con i numeri per evitare la terminologia pagana (la do-7), gli americani cominciano a parlare d'amore». E trovano questa festa irresistibile. E così a metà Ottocento si compie il primo esperimento di marketing delle emozioni: in un articolo di cronaca (oggi si chiamerebbe *info-merciale* o anche pubblicità occulta) un «non meglio specificato Jonathan» invita tutti coloro che vogliono sposarsi, «giovani e fanciulle, o vecchie signorine o scapoloni», a correre «al grandioso e navigato "Deposito" di Valentine al 98 di Nassau street, N.Y.», dove troveranno «abbondanza di munizioni per un'in-

fallibile e perfetta esecuzione». Con una Valentine di Strong - così si chiamano i biglietti d'amore - «saranno spacciati, inchiodati, aggan- ciati, fatti neri, e vostri per sempre». È fatta, la passione è esplosa. Donne e bambini

riempiono i negozi e comprano biglietti per tutte le tasche. È nato un nuovo modo per spingere l'economia: i nuovi

pulpiti di riviste e vetrine convincono le donne a spendere tempo e denaro. In realtà, non è solo una questione di soldi: gli americani non hanno celebrazioni collettive e le ultime generazioni hanno pensato solo a tre cose, «ovvero il Signore onnipotente, conquistare

e consolidare l'indipendenza, ma soprattutto addomesticare la natura e coltivare la terra». Ora vogliono abbandonarsi un po' più al sentimento.

Un fuoco di passione che contagierà anche il resto del mondo. Dopo un altro secolo e mezzo, infatti, il santo di Terni (anche se l'origine di Valentino non è ancora ben chia-

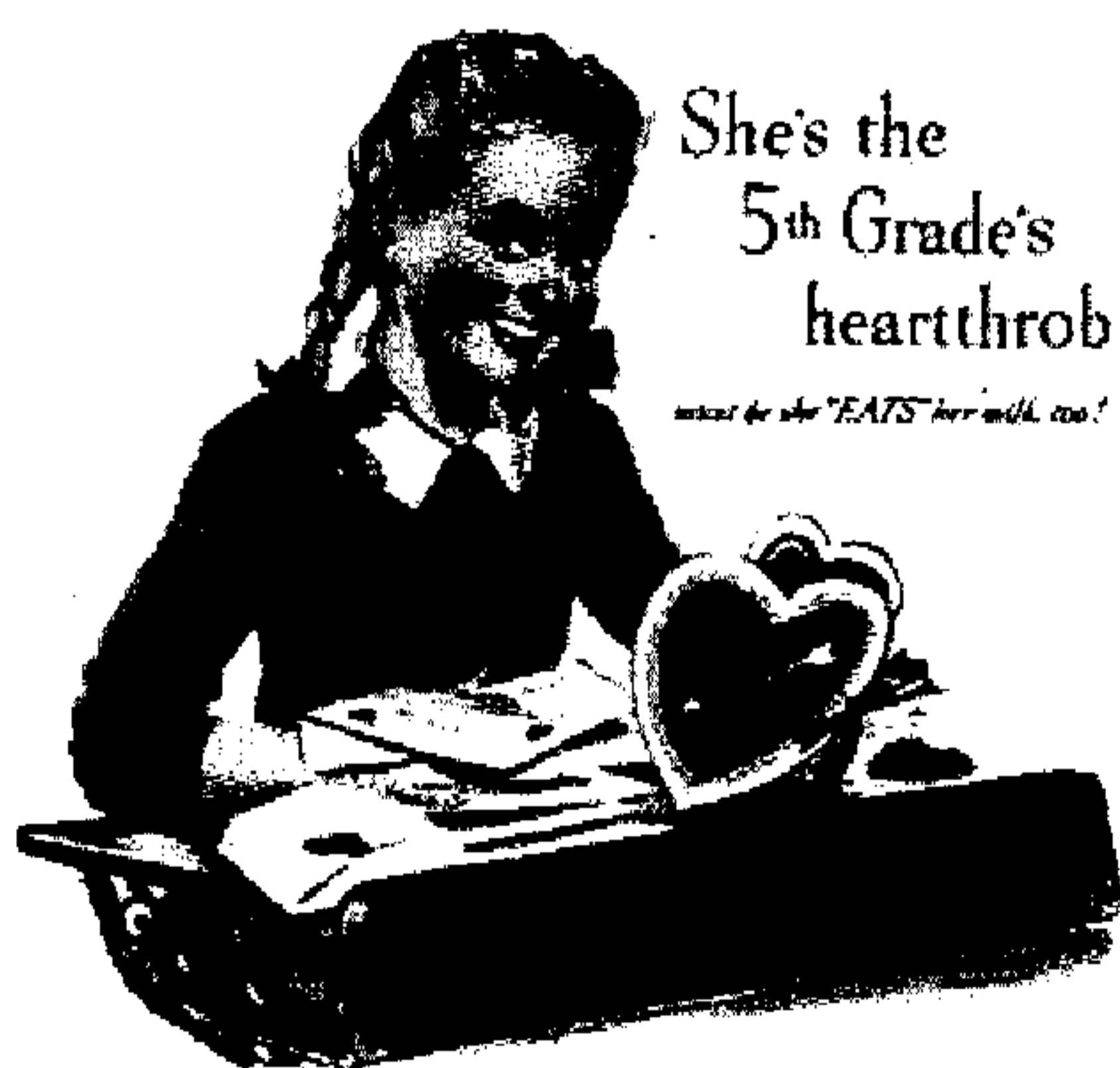
ra) diventerà il patrono dell'amore in tutto il globo terrestre anche se ha perso il suo posto nel calendario cristiano.

Com'è successo? L'autore con un'attenta capacità di ricerca ci fornisce diverse spiegazioni e molte curiosità: l'avversione della Chiesa cristiana per tutto ciò che ricordava la religione pagana, il senso del sesso, il matrimonio elevato poi a sacramento. Per gli inglesi si festeggia da sempre, per la vulgata, da quasi duemila anni, il 14 febbraio gli innamorati scrivono una poesia, si fidanzano e si sposano grazie all'intercessione del santo. Ma è veramente esistito un vescovo del III secolo che regalava rose ai fidanzati? E che c'entrano, si chiede l'autore, con San Valentino, le poesie di Chaucer, i romanzi di Scott e di Dickens e le commedie di Oscar Wilde. Certo il san Valentino dell'epoca vittoriana,

con il mito della famiglia perfetta e della morale matrimoniale da contrapporre al Mondo nuovo, non è lo stesso della seconda metà del Novecento. Moravia, ricorda Pacifico, disse «che l'Ottocento è il secolo dei sentimenti e il Novecento quello del sesso». Quello dell'altro Valentino, in onore del quale furono inventati gli "Sheik condoms", «i preservativi dello Sceicco», che trasformano ogni uomo in un tenero amante, esotico, androgino e non riproduttivo». Il finale, come tutto il saggio, è ironico e spiritoso: il consumismo ci ha educato ad esprimere i sentimenti con qualcosa di più prezioso di un semplice biglietto d'amore, i diamanti. Slogan hanno santificato il giorno degli innamorati: «un diamante è per sempre». Bene, ora c'è un pericolo in agguato: due aziende americane hanno ideato macchinari per la produzione di diamanti artificiali: «Chi ha potuto avere una pensata così diabolica?».

Le due immagini sono tratte dal volume "San Valentino" di Francesco Pacifico, Fazi editore

Guida ironica e ragionata su una festa ormai diventata il simbolo della resa dei sentimenti al capitalismo



She's the 5th Grade's heartthrob
most of the 'FATS' her milk too!

Carnation Milk

